



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CEILÂNDIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM SAÚDE COLETIVA

LAÍS VIEIRA DE ALENCAR

**AS REDES SOCIAIS COMO UM INSTRUMENTO DE FORTALECIMENTO
DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO PAN-
AMERICANA DA SAÚDE**

Brasília/DF
2014

LAÍS VIEIRA DE ALENCAR

**AS REDES SOCIAIS COMO UM INSTRUMENTO DE FORTALECIMENTO
DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO PAN-
AMERICANA DA SAÚDE**

Monografia apresentada ao Curso de
Graduação em Saúde Coletiva, da
Faculdade de Ceilândia da Universidade de
Brasília, como requisito para obtenção do
Grau de Bacharel em Saúde Coletiva.

Orientadora: Prof^a Dr^a Larissa GrandiVaitsman Bastos

Brasília/DF
2014

LAÍS VIEIRA DE ALENCAR

**AS REDES SOCIAIS COMO UM INSTRUMENTO DE FORTALECIMENTO
DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO PAN-
AMERICANA DA SAÚDE NO BRASIL**

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Larissa GrandiVaitsman Bastos
Universidade de Brasília

Prof. Dr.^a Mariana Sodário Cruz
Universidade de Brasília

Prof. Dr.^a Ana Valéria Machado Mendonça
Universidade de Brasília

Brasília, 7 de julho de 2014

DEDICATÓRIA

À minha família;
Aqueles que com idoneidade e paciência
acreditaram em mim e assumiram comigo
todas as minhas vitórias e conquistas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado força, paciência, por ter me mostrado o caminho a seguir quando tudo parecia que não ia dar tempo nem certo, pelas dificuldades vencidas, pelos medos superados.

A minha família pelas orações e palavras nos momentos de aflições, pelo incentivo, por dividir comigo a realização de estar formada, queria que soubessem que eu os amo de forma imutável.

Em especial quero deixar minha gratidão para a pessoa da que fez esse sonho se tornar realidade que foi a minha avó Maria Martins (in memoriam), foi por essa mulher que escolhi a profissão de Sanitarista.

A minha amiga e companheira Karolina Melo que durante toda minha graduação esteve presente em todos os momentos e fez parte da construção desse estudo. Obrigada por cada obstáculo que vencemos, por cada sentimento compartilhado, obrigada por ter se tornado uma amiga pessoal da qual vou levar para o resto da minha vida.

Não poderia deixar de retribuir minha imensa admiração a minha orientadora Larissa Grandi Vaitsman Bastos que com sua paciência, conhecimento, competência e orientação fez concretizar esse trabalho.

Em especial não poderia deixar de mencionar o gerente da área de gestão do conhecimento e comunicação da Organização Pan-Americana da Saúde Marcelo D'Agostino que sempre foi solícito e atencioso com o meu trabalho se tornando minha referência.

“É preciso sobreviver para atingir a idade da realização, para ser feliz. Não vale sair antes do jogo terminar.”

Tom Jobim

RESUMO

O presente trabalho trata-se de um estudo descritivo-analítico com o objetivo analisar como as redes sociais tem sido usadas como ferramenta para a otimização da comunicação na Organização Pan-Americana da Saúde que é uma organização internacional especializada em saúde que é referência em nível mundial e nacional. Esse procedimento baseia-se no uso da literatura que abrange principalmente os campos da ciência social e da informação e utilizou-se para análise dos prints um modelo geral de avaliação da qualidade da informação em Saúde definido pela agência governamental americana Health Technology Information Institute (HITI). As redes sociais que a OPAS utiliza para transmitir seus conteúdos dispõe a sociedade confiança da informação que esta tendo, seus *posts*, são fundamentados em profissionais que realmente detém do conhecimento do que estão falando, além de ser baseado em relatórios e documentos mundiais da saúde. A gestão do conhecimento e comunicação aliada às redes sociais representa desafios importantes e um benefício para as Ciências da Saúde em especial para a gestão da saúde. Se bem utilizadas servem como um meio de transferência de informação envolvendo todas as esferas e atores desde organizações, profissionais de saúde e a população em geral que buscam a melhor informação.

Palavras chave: Comunicação. Redes Sociais. Gestão de saúde. Organização Pan-Americana da Saúde.

ABSTRACT

The present paper is a descriptive-analytic study aiming to analyze how social networks have been used as a tool for optimizing communication in the Pan American Health Organization (PAHO) which is an international organization specializing in health reference level is global and country. This procedure is based on the use of literature which mainly covers the fields of social science and information and used to analyze the prints a general model for assessing the quality of health information defined by the U.S. government agency Health Information Technology Institute (HITI). Social networks that PAHO uses to transmit its contents available to the society trust the information it has, your posts are based on professional who really holds the knowledge of what they are talking about, and is based on reports and documents global health. Knowledge management and communication coupled with social networks presents major challenges and a benefit for the Health Sciences in particular for health management. If properly used, serve as a means of information transfer involving all spheres and actors from organizations, health professionals and the general population who seek better information.

Keywords: Communication. Social Networks. Health management. Pan American Health Organization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Twitter da Organização Pan-Americana da Saúde.....	27
Figura 2 – Twitter da Organização Pan-Americana da Saúde.....	27
Figura 3 – Vimeo da Organização Pan-Americana da Saúde.....	28
Figura 4 – Facebook da Organização Pan-Americana da Saúde.....	29
Figura 5 – Facebook da Organização Pan-Americana da Saúde.....	30
Figura 6 – Youtube da Organização Pan-Americana da Saúde.....	31
Figura 7 – LinkedIn da Organização Pan-Americana da Saúde.....	32
Figura 8 – PAHO LIVE da Organização Pan-Americana da Saúde.....	33

LISTA DE SIGLAS

BIREME - Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde

OEA – Organização dos Estados Americanos

OMS – Organização Mundial da Saúde

ONU – Organização das Nações Unidas

PANAFTOSA - Centro Panamericano de Febre Aftosa

RSP – Repartição Sanitária Pan-Americana

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
 CAPÍTULO I – JUSTIFICATIVA, OBJETIVOS E METODOLOGIA DO ESTUDO	 12
1.1. JUSTIFICATIVA	12
OBJETIVOS	13
1.2. OBJETIVO GERAL	13
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.4. METODOLOGIA	13
 CAPÍTULO II – COMUNICAÇÃO E GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES DE SAÚDE: NOVAS TECNOLOGIAS	 15
2.1. GESTÃO DO CONHECIMENTO E COMUNICAÇÃO	15
2.2. REDES SOCIAIS	16
2.3. SOCIEDADE PÓS-MODERNA, SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO	18
2.4. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	19
2.5. WEB 2.0	20
 CAPÍTULO III – ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE	 22
3.1. HISTÓRICO DA ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS)	 22
3.1.1 ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA NO BRASIL	23
 CAPÍTULO IV - A ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE E AS REDES SOCIAIS	 25
 CAPÍTULO V- DISCUSSÃO	 273
 CONSIDERAÇÕES FINAIS	 35
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	 36

INTRODUÇÃO

As redes sociais dentro de uma organização se fortalecem quando dentro da mesma há uma interação com a gestão do conhecimento, tecnologias da informação entre outras, ou seja, para ter seu respectivo impacto ela não existe de forma isolada. Este trabalho tem como objetivo discutir a importância das redes sociais na Organização Pan-Americana da Saúde, bem como mostrar que se bem utilizadas elas se tornam uma ferramenta de otimização para a gestão de saúde.

A comunicação se bem planejada, executada e monitorada exerce um papel importante para o desenvolvimento e transmissão de conhecimento e informação, com isso a Organização cria uma linguagem única, compreensível a todos os níveis, incentivando um ambiente de debate e colaboração com questões relevantes, instituindo espaços de interação e participação.

O objeto do estudo que foi escolhido para análise é a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) que é um organismo internacional de saúde pública com mais de um século de experiência, dedicado a melhorar as condições de saúde dos países das Américas. “A OPAS exerce um papel fundamental na melhoria de políticas e serviços públicos de saúde, por meio da transferência de tecnologia e da difusão do conhecimento acumulado por meio de experiências produzidas nos Países-Membros, um trabalho de cooperação internacional promovido por técnicos e cientistas vinculados à OPAS/OMS” (OPAS, 2013).

A comunicação e a gestão do conhecimento precisam ser vistas como um processo essencial para alcançar a estratégia, seja de ação em redes, de mobilização, de interação entre pessoas, por isso a escolha do tema. Ao longo de trabalhos e experiências, percebi que um ponto importante para a gestão é estar em conjunto com a comunicação, a fim de desempenhar um papel de autonomia, expansão e protagonismo.

Sendo assim, pretende-se fornecer uma panorâmica, no que concerne aos estudos sobre as tecnologias de informação, gestão do conhecimento e comunicação em saúde, no que diz respeito às redes sociais, bem como trazer o histórico da organização de saúde que serviu como objeto do estudo.

CAPÍTULO I – JUSTIFICATIVA, OBJETIVOS E METODOLOGIA DO ESTUDO

1.1. JUSTIFICATIVA

No cenário atual da sociedade, a internet vem sendo um meio de comunicação que aproxima as pessoas aonde quer que estejam com isso, as redes sociais estão cada vez mais sendo utilizadas como construção de espaços de compartilhamento de notícias, eventos e acontecimentos. Diante disso quando se aborda as mídias sociais no que se refere à saúde, se tem uma expansão de informações em tempo real de qualquer fato ou até mesmo uma epidemia que esteja acontecendo em qualquer lugar do mundo. Ou seja, as redes sociais tem se tornado um meio de otimizar a transmissão das informações em tempo rápido, estar presente onde as pessoas estão, este que é o lema do objeto estudado a Organização Pan-Americana da saúde, bem como trocas e compartilhamento de conhecimento e fatos, a possibilidade de dar voz a sociedade por meio de comentários, sem contar o recurso de *retweet*, que dá as pessoas a oportunidade de divulgar informações e é uma maneira para descobrir conteúdos novos e interessantes.

Com isso percebe-se que de uma forma instantânea uma informação postada nas redes sociais chega a milhares de pessoas no mundo comunicando-as e fazendo delas um canal de disseminação.

Dentro das habilidades que a saúde coletiva propõe aos seus profissionais está a de planejar, administrar e supervisionar, daí a relevância e escolha do objeto do estudo que é mostrar a importância das organizações de saúde em utilizar dessas ferramentas para transmitir, informar, comunicar e aproximar com conteúdos inteligentes e relevantes.

OBJETIVOS

1.2. OBJETIVO GERAL

Analisar como as redes sociais tem sido usadas como ferramenta para a otimização da comunicação em uma organização internacional especializada em saúde.

1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mostrar a importância da comunicação na gestão de saúde.
- Identificar os elementos que pertencem ao processo de gestão de saúde no âmbito da comunicação.
- Discutir sobre noção de redes sociais e seu impacto na gestão de saúde.

1.4. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo descritivo-analítico com o objetivo de analisar a otimização das redes sociais e da comunicação em uma organização internacional de saúde que é referência em nível mundial e nacional.

O procedimento de coleta de dados baseia-se no uso de literatura acerca do tema que ocorreu no período de setembro a dezembro de 2013 e um estudo de caso.

O estudo de caso apresenta três fases em seu desenvolvimento. Ele caracteriza-se da seguinte forma: inicialmente, há a fase exploratória; num segundo momento, há a delimitação do estudo e a coleta de dados; e, num terceiro estágio, há a análise sistemática desses dados, culminando na realização do relatório (LÜDKE E ANDRÉ, 1986).

A caracterização da pesquisa quanto à abordagem será qualitativa, pois este tipo de investigação procura gerar mais conhecimento sobre o assunto, não se preocupando em quantificar os resultados, mas apenas descrever a realidade encontrada.

Para técnica de análise utilizou-se de um modelo geral de avaliação da qualidade da informação em Saúde definido pela agência governamental americana Health Technology Information Institute (HITI), que estabelece as seguintes categorias para avaliação: credibilidade, conteúdo, apresentação do site, hiperligação, projeto, interatividade e anúncios. Aplicou-se nos prints das redes sociais da OPAS a análise dessas categorias.

Por se tratar de tema ainda pouco explorado - comunicação dentro de organizações –, existe pouco estudo a respeito. Dessa forma, o empenho da pesquisa foi direcionado para a construção teórica de uma base que fundamentasse um modelo conceitual, com auxílio na literatura de cada uma das abordagens.

A literatura estudada abrange principalmente os campos da ciência social e da informação. Os textos elegidos são trabalhos científicos relevantes (artigos, teses, dissertações e livros) dos assuntos relacionados à comunicação, gestão do conhecimento e tecnologias da informação cujas temáticas incidem, direta ou indiretamente, sobre o tema apresentado, norteados os elementos do referencial teórico desenvolvido para o estudo.

CAPÍTULO II – COMUNICAÇÃO E GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES DE SAÚDE: NOVAS TECNOLOGIAS

2.1. GESTÃO DO CONHECIMENTO E COMUNICAÇÃO

Nonaka e Takeuchi (1997) definem gestão do conhecimento como o “conjunto de processos que orientam a criação, divulgação e utilização do conhecimento, visando alcançar os objetivos da organização”. Nesse mesmo sentido, Tarapanoff (2001) entende que a gestão do conhecimento é um processo sistemático, articulado e institucional, apoiado na identificação, na geração, no compartilhamento e na aplicação do conhecimento organizacional, com o objetivo de maximizar a eficiência e o retorno sobre os ativos de conhecimento da organização.

Oliveira (2003) diz que a gestão do conhecimento cuida de agregar valor às informações, e é um processo contínuo de aprendizagem, que se dá pela sinergia das informações e pela capacidade das pessoas.

Para Terra (2005), a gestão do conhecimento sempre existiu em todos os tipos de organizações, no entanto, a novidade é o fato de ela estar se tornando um objetivo explícito ou até mesmo uma área organizacional dentro das organizações

Para Nonaka e Takeuchi (1997), o conhecimento é criado por indivíduos. Por isso, além da gestão do conhecimento, é preciso atentar-se para a sua criação, definida pela “capacidade que uma empresa tem de criar conhecimento, disseminá-lo na organização e incorporá-lo a produtos, serviços e sistemas”.

A partir dessas definições entende-se que a gestão do conhecimento é um alicerce para o âmbito da saúde. Quando em um processo de disseminação de informação e conhecimento há uma estrutura e um método desenvolvido compreende-se que a devolutiva é positiva e coesa.

De acordo com a definição etimológica, a palavra comunicação vem do latim *communio,ónis*, que significa a ação de tornar algo comum a muitos. A comunicação pode ser considerada como um processo intermediário que permite a troca de informação entre as pessoas (LE COADIC, 2004, p.11).

Para Chinem (2006, p. 34), do ponto de vista interno, a comunicação é necessária para ajustar o discurso, criar uma linguagem solidária, sistêmica, harmônica e integrada ao objetivo de efetuar a aproximação entre os objetivos da empresa e os objetivos de seus participantes que estão lá dentro.

O processo de comunicação envolve cinco componentes: o emissor (é a origem do processo e seu objetivo é codificar a mensagem de forma tal que o receptor a compreenda facilmente), a mensagem (é o conjunto de ideias que está sendo enviado ao público, que deve ser interpretado de forma significativa), o código (é a forma pela qual a mensagem está sendo transmitida), o canal que conduz a mensagem do emitente ao receptor (é o destinatário da mensagem) e a decodificação (é a forma como o receptor interpreta a mensagem) (OLIVEIRA, 2004, p.10).

Sendo assim, estabelecer uma padronização na comunicação dentro de organizações proporciona uma uniformização do discurso sem ruídos, ou seja, todos irão se apropriar de uma mesma informação.

A junção da gestão do conhecimento e comunicação são dois elementos que articulados propõem eficiência e consolidação no compartilhamento de informação. O que poderia estar escrito em um papel e sendo de conhecimento de poucos ou alguns, passa a ser posto e construído por todos, dando visibilidade e agregando valor a finalidade proposta da instituição.

2.2. REDES SOCIAIS

Reconhecendo a análise de redes sociais como ferramenta de gerenciamento das oportunidades e possibilidades propiciadas pelas relações no ambiente de trabalho, Santos (2004) afirma que as redes sociais são um recurso teórico e metodológico especialmente útil para os estudos que tomam as organizações como sistemas de significados, construídos nas relações e conexões existentes entre os membros organizacionais.

Conforme Wolton (2003), o surgimento da internet anunciou as superestradas da informação. Na internet, encontra-se a Web, que pode ser entendida como o conjunto das páginas ligadas umas às outras por estruturas de hipertexto. Mais do que uma tecnologia da informática que interliga os computadores, a internet é um meio de

comunicação. A internet constitui a sociedade em rede na qual vive-se atualmente, influenciando nas relações pessoais, de trabalho e comunicação entre os indivíduos (CASTELLS apud MORAES, 2003).

Nicholas Negroponte (1995) afirmava que a informática não se baseava mais exclusivamente em computadores. “Tem a ver com a vida das pessoas” (NEGROPONTE, 1995, p.12).

Recuero salienta que,

“Embora os sites de redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes” (RECUERO, 2010, p.103).

Sendo assim, de nada adianta uma organização adotar as redes sociais se elas não possuírem um responsável ou uma equipe técnica para alimentá-las corriqueiramente, bem como fazer o monitoramento das redes sociais para saber quais retornos obtiveram.

Ramalho (2010) afirma que não basta criar perfis no Twitter e no Facebook, montar um blog ou criar um canal no YouTube se não houver um planejamento estratégico montado para essas mídias

“Sem saber com clareza qual é o objetivo da ação, não é possível medir o sucesso ou insucesso da execução. Qual é o objetivo da ação nas mídias sociais? Defina o que é sucesso. Se você não tiver uma clara definição do que sucesso significa nas redes sociais, será muito difícil medir os resultados de uma ação” (RAMALHO, 2010, p. 35).

Quando se menciona objetivos, estes devem mensurar quem é o público alvo que essas mídias sociais querem atingir? Qual informação e conteúdo veicular? Qual a relevância dessas informações? E o principal estabelecer quais redes sociais que serão trabalhadas? Todas as respostas dessas questões devem estar em sincronia.

Castells (2004, p. 5) diz que “uma rede é um conjunto de nós conectados”. Alguns “nós” possuem muitas conexões, enquanto outros, nenhuma ou poucas. Os “nós” mais ricos seriam os conectores e tenderiam a receber sempre mais conexões.

Para ele, a maior dificuldade na utilização das redes é coordenar as funções, concentrar recursos e realizar uma dada tarefa, dependendo da complexidade dela.

As redes sociais influenciam tanto a difusão de inovações quanto a propagação da informação e do conhecimento que oportuniza o desenvolvimento de inovações. A literatura nos permite inferir que as redes sociais são recursos importantes para a inovação, em virtude de manterem canais e fluxos de informação em que a confiança e o respeito entre atores os aproximam e os levam ao compartilhamento de informações que incide no conhecimento detido por eles, modificando-o ou ampliando-o (TOMAEL, ALCARA E DI CHIARA 2005, p. 102).

As grandes vantagens apresentadas pelas redes internas têm provocado uma revolução na comunicação corporativa. Entre os ganhos estão a redução dos custos, das distâncias entre os interlocutores, o aumento da produtividade e a criação de novas possibilidades de interação institucional. A rede oferece suporte às rotinas do trabalho, possibilita a comunicação de funcionários de diferentes setores, e a obtenção de informações necessárias ao trabalho além de reduzir a grande circulação de papéis (PEREIRA; CAMPOS; PALMERSTON, 2006).

2.3. SOCIEDADE PÓS-MODERNA, SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

A era pós-moderna é um tempo de opção incessante é uma era em que nenhuma ortodoxia pode ser adotada sem constrangimento e ironia, porque todas as tradições aparentemente têm alguma validade. Esse fato é em parte consequência do que se denomina de explosão de informações, o advento do conhecimento organizado, das comunicações mundiais e da cibernética. Dessa forma o pós-modernismo é o nome aplicado às mudanças ocorridas nas ciências, nas artes e nas sociedades.(JENCKS,1989).

A definição mais comum de Sociedade da Informação enfatiza as inovações tecnológicas. A ideia-chave é que os avanços no processamento, recuperação e transmissão da informação permitiram aplicação das tecnologias de informação em todos os cantos da sociedade, devido a redução dos custos dos computadores, seu aumento prodigioso de capacidade de memória, e sua aplicação em todo e qualquer lugar, a partir da convergência e imbricação da computação e das telecomunicações (GIANNASI, 1999).

Em síntese, a Sociedade da Informação consiste na forma como a informação é exposta à sociedade através das “Tecnologias de Informação e Comunicação no sentido de lidar com a informação e que toma esta como elemento central de toda atividade humana” (CASTELLS, 2004).

2.4. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Pode-se descrever o cenário organizacional contemporâneo como o fazem Castells (1999) e Choo (2003), que denominam a era atual da revolução tecnológica e da convergência de tecnologia da informação e telecomunicações como a Era da Informação. A possibilidade de ampliação da comunicação entre as pessoas por meio da internet é um fenômeno que implica várias mudanças no processo de gestão das empresas.

De acordo com Choo (2003), algumas empresas têm capacidade de se adaptarem às mudanças, de inovarem constantemente e de tomarem decisões em direção aos seus objetivos. Essas empresas são denominadas pelo referido autor como “organizações do conhecimento”, nas quais ocorre alinhamento de tecnologia da informação com estratégia dos negócios.

Aliar as novas tecnologias de informação com as redes sociais oferece para uma organização um diferencial, visto, que a cada dia mais perfis de usuários são criados e, muitos deles utilizam as redes sociais como meio de se informar e de se comunicar de uma forma acessível.

As novas tecnologias libertaram as pessoas de maneira irreversível do controle exercido por chefias, empresas de comunicação e em especial, de um processo de gestão que as impedia de serem protagonistas na criação, invenção e produção de bens e serviços (BUENO, 2009).

Dessa forma percebe-se que as novas tecnologias são uma ferramenta que descentraliza o poder das mãos das chefias, oportunizando todos a contribuírem e criarem espaços de conhecimento, interação e inovação no âmbito da comunicação e gestão.

Sobre o impacto da Tecnologia de Informação na estrutura e processos organizacionais, Rodrigues (1988), destaca feitos principais:

- Alteração no processo de trabalho, onde certos tipos de tarefas diminuem ou cessam, criando-se outros. Ex.: datilografia / digitação;
- Alteração na estrutura organizacional, eliminando postos de supervisão e criando postos de nível de gerência;
- Mudança no perfil da mão-de-obra, exigência de novas especializações, habilidades e qualificação;
- Burocratização da organização em função da grande quantidade de informação, o que aumenta o número de relatórios, procedimentos e rotinas. A TI apresenta caráter de padronização e normatização organizacional;
- Favorece a centralização das decisões na direção, diminuindo a influência da gerência média, devido à integração entre os departamentos proporcionada pelo sistema. Assim as informações estão disponíveis à direção de maneira rápida e precisa sem a necessidade de intermediários;
- Diminuição dos níveis de supervisão, onde a própria máquina estabelece o ritmo de trabalho e controla os subordinados registrando produção, erros, horas paradas, etc.

2.5. WEB 2.0

Com o aumento surpreendente da potência computacional, do alcance e da capacidade das redes e do crescente acesso às ferramentas, passa-se agora para uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdos (PRIMO, 2007).

Uma nova *web* “abriu as comportas para uma explosão mundial de participação” como cita Tapscott e Willians (2007). Surge uma plataforma global caracterizada por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações. Refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas, mas também “a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador” sugerido por Primo (2007) e

que estão remodelando mais uma vez, quase todos os aspectos das relações humanas (TAPSCOTT E WILLIANS, 2007).

Essa nova *web* é comumente chamada de *Web 2.0*¹⁵, mas que também possui muitos nomes como: *Living Web*, *Hypernet*, *Active Web*, *Read/Write Web*¹⁶. Contudo, o sentido é o mesmo: “plataforma global e onipresente para computação e colaboração” (ibidem, p. 30).

Para Primo (ibidem, p. 1), a *Web 2.0* tem repercussões sociais importantes, as quais “potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática”, ou seja, outra característica marcante nessa nova rede é o compartilhamento e interconexão.

Para Tapscott e Willians (2007), a conclusão é de que o site imutável e autônomo morreu. Essa nova *web* se parece cada vez mais com uma biblioteca, repleta de componentes que interagem e falam uns com os outros.

A colaboração em massa - uma das maiores características da *Web 2.0* - está mudando a maneira “como as empresas e as sociedades utilizam o conhecimento e a capacidade de inovar para criar valor. Isso afeta praticamente todos os setores da sociedade e todos os aspectos da gestão” (TAPSCOTT E WILLIANS, 2007, p. 31).

CAPÍTULO III – ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE

3.1. HISTÓRICO DA ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS)

A Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) é o mais antigo organismo internacional de cooperação técnica do mundo, responsável por inúmeras conquistas para a melhoria da saúde e da qualidade de vida da população das Américas (OPAS, 2011).

De acordo com Nunes (2007), a OPAS derivou da Repartição Sanitária Internacional, e foi fundada em 1902. Em 1923 sofreu alteração no nome para Repartição Sanitária Pan-Americana (RSP ou Oficina Sanitária Panamericana). A mudança de seu nome para OPAS aconteceu em 1943, como resolução da XII Conferência Sanitária Pan-Americana (Caracas, Venezuela). Com a fundação da OEA, em 1948, o papel da OPAS foi revisto.

A OPAS era uma entidade ‘autônoma’ dentro das relações intergovernamentais e não estava submetida à nova estrutura da OEA. A relação entre ambas era diplomática. Foram necessários acordos entre a OPAS e a OMS, para que uma possível integração, garantindo certa autonomia à OPAS em matéria de saúde pública, fosse concretizada em 1950, quando esta passou a ser uma “Organização Especializada Interamericana” dentro da OEA, seu *status* atual (NUNES, 2007).

A consolidação da OPAS foi paulatina, com dificuldades e prioridades diferentes ao longo do tempo. Suas ações também sofreram mutações. A adesão dos países como membros aconteceu plenamente entre 1940 e 1950, quando a organização passou a englobar as Américas e o Caribe. A ampliação da presença da OPAS nos países se deu com a divisão das Américas em seis zonas, com um escritório regional em cada. Posteriormente, cada país passou a comportar um escritório local (NUNES, 2007).

A OPAS tem sede em Washington, escritórios em diversos países das Américas e 5 centros especializados, dois deles no Brasil: o Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde – BIREME – e o Centro Pan-Americano de Febre Aftosa – Panaftosa. Conta, ainda, com uma extensa rede de bibliotecas acadêmicas, centros de documentação e bibliotecas locais especializadas em saúde. O Brasil

participa da história da OPAS desde sua origem, em 1902, quando se envolveu com os esforços para controlar a epidemia de febre amarela que se alastrava por meio dos portos marítimos (OPAS, 2013).

A ação da OPAS deu-se, inicialmente, por publicações como o *Boletim dela Oficina Sanitária Panamericana*, e pela participação nas Conferências Sanitárias, fomentando debates sobre saúde pública (NUNES, 2007).

3.1.1 ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA NO BRASIL

O escritório da Representação da OPAS/OMS no Brasil, com sede em Brasília, possui um expressivo sinergismo entre as prioridades de saúde do Estado e da sociedade brasileiros. Para isso, a OPAS/OMS trabalha diretamente com o Ministério da Saúde, outros ministérios, secretarias estaduais e municipais de saúde, outras agências internacionais e órgãos governamentais e não governamentais, além de instituições de ensino e pesquisa em saúde (OPAS, 2013).

Com uma equipe de profissionais estrangeiros e brasileiros, além de pessoal técnico e administrativo, a Representação acompanha o processo de desenvolvimento do sistema de saúde brasileiro por meio de unidades técnicas integradas. A prioridade, atualmente, é contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e político do país por meio da melhoria da saúde individual e coletiva de todos os brasileiros (OPAS, 2013).

A prática de trabalhar com programas e projetos facilita a disseminação de informações, a socialização de experiências internas e garante a transparência da gestão e da prestação de contas da OPAS/OMS a seus parceiros. As ações de planejamento da OPAS/OMS no Brasil permitem apoiar o governo brasileiro, a Região e outros parceiros institucionais a avaliar produtos da cooperação técnica e identificar possibilidades de disseminação de experiências, ações importantes para assegurar a melhoria da saúde da população (OPAS, 2013)

A gestão da informação e do conhecimento é promovida dentro da Representação da OPAS/OMS no Brasil como atividade transversal a todas as ações de cooperação técnica, incluindo a prática de compartilhar informação e gerar conhecimento com as demais instituições de saúde, e a sua difusão em diversos meios e

de maneira particular através da WEB. A nova página WEB da OPAS/OMS no Brasil foi lançada em agosto de 2009, e se constitui em uma ferramenta para a difusão da informação apoiada nos novos conceitos da WEB 2.0, incluindo a construção coletiva de conhecimento e a interatuação com membros das instituições de saúde (OPAS, 2011).

A OPAS/OMS tem como visão que a mesma será o grande agente catalisador para assegurar que todos os habitantes das Américas gozem de ótima saúde e contribuam para o bem-estar de suas famílias e comunidades (OPAS/OMS, 2014).

Sua missão é orientar os esforços estratégicos de colaboração entre os Estados membros e outros parceiros, no sentido de promover a equidade na saúde, combater doenças, melhorar a qualidade de vida e elevar a expectativa de vida dos povos das Américas (OPAS/OMS, 2014).

Como valores (1) Equidade - Lutar por igualdade e justiça mediante a eliminação das diferenças desnecessárias e evitáveis (2) Excelência - Chegar ao mais alto padrão de qualidade naquilo que fazemos (3) Solidariedade - Promover os interesses e responsabilidades comuns e os esforços coletivos para alcançar as metas comuns (4) Respeito - Acolher a dignidade e a diversidade de indivíduos, grupos e países (5) Integridade - Garantir um desempenho transparente, ético e confiável (OPAS/OMS, 2014).

CAPÍTULO IV - A ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE E AS REDES SOCIAIS

A Organização Pan-Americana da Saúde utiliza como meios de comunicação as redes sociais twitter, facebook, vimeo, linkedin, youtube, paholive, rss feed.

Twitter é uma rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres conhecidos como tweets. As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que estejam seguindo a pessoa de seu interesse para recebê-las. O twitter foi criado em 2006 por Jack Dorsey, e logo ganhou extensa notabilidade e popularidade por todo mundo. O twitter possui várias ferramentas, como o retweet, que consiste em replicar uma determinada mensagem de um usuário para a lista de seguidores, dando crédito a seu autor original, trendingtopics ou TTs, que são uma lista em tempo real das palavras mais postadas no Twitter pelo mundo todo, e podem ser divididos por países (MADUREIRA, 2014).

A OPAS atualiza diariamente seu twitter com informações de saúde pública, bem como, incorpora e transmite em seus *tweets*, dados, dicas, vídeos, imagens acerca de temas variados dando *links* de retorno para a informação completa (Figura 1). É dinâmico, interativo, com conteúdos de relevância a sociedade, pertinentes a assuntos e datas mundiais da saúde e atualidades (Figura 2).

Figura 1 - Twitter da Organização Pan-Americana da Saúde

Fonte: Twitter OPAS (2014)

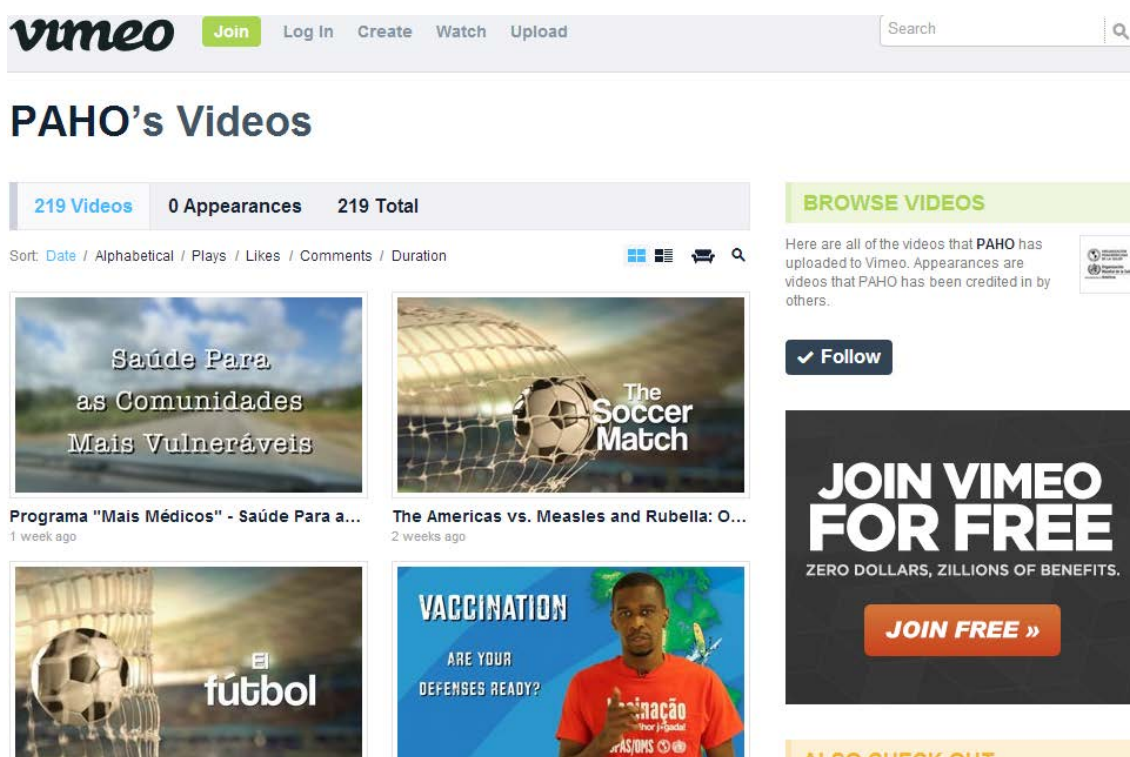
Figura 2 - Twitter da Organização Pan-Americana da Saúde

Fonte: Twitter OPAS (2014)

Vimeo é um site de compartilhamento de vídeos. Foi fundado por Zach Klein e Jakob Lodwick em novembro de 2004. O nome vimeo é um jogo de palavras “video” (vídeo), e “me” (eu) como uma referência a dedicação exclusiva do site para vídeos feitos por usuários (TRIANONS, 2013).

No vimeo a OPAS compartilha documentários e outros materiais audiovisuais produzidos pelo escritório regional da Organização Mundial da Saúde para as Américas, esses materiais contém resultados de iniciativas realizadas pela OPAS/OMS, alguns vídeos são personalidades públicas que aparecem falando do tema. Todos os materiais audiovisuais que a OPAS disponibiliza possuem contexto sobre acontecimentos mundiais e com conteúdos de utilidade e importância pública, além de possuir mecanismo de busca como pode ser visto na Figura 3.

Figura 3 - Vimeo da Organização Pan-Americana da Saúde



Fonte: Vimeo OPAS (2014)

O Facebook é uma rede social que permite conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e fotografias. A ferramenta criada em 2004 pelos americanos Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hufghes e pelo brasileiro Eduardo Saverin também permite SE receba as novidades das páginas comerciais das quais gostar, como veículos de comunicação ou empresas (CASTRO, 2011).

O Facebook é uma rede que interage a OPAS com a sociedade, ela posta uma determinada informação que pode ser compartilhada, comentada, curtida, ou seja, é um lugar que a OPAS dá voz a sociedade em participar de discussões sobre temas relacionados com a saúde, além do retorno de informação ser de forma rápida, produzindo um espaço de interatividade e comunicação entre a organização e a sociedade (Figura 4). Seus *posts* são atualizados com frequência dando credibilidade as informações dessa página e uma segurança e confiabilidade aos visitantes em retornarem e utilizarem essas informações (Figura 5).

Figura 4 - Facebook da Organização Pan-Americana da Saúde

promoción de la salud pública. Un gusto compartir esta red social con Uds. Saludos fraternos desde Buenos Aires Argentina.

4

Francisco Zea
★★★★★ 26/5/2014
Creo que si todos ponemos un granito de arena con nuestras opiniones o acciones podemos abatir la mortalidad materna. Mi... Ver mais

Oscar Jasso Matias
★★★★★ 5/5/2014
Excelente

CURTIDAS DESTA PÁGINA

FEMA Sandy

FDA U.S. Food and Drug Administration

World Health Organization Philippi...

to reduce use and save lives

Curtir · Comentar · Compartilhar 212 compartilhamentos

Janeth Cepeda Rodríguez, Palacios Carlos Alcides, Cuadernos de Neuropsicología e outras 240 pessoas curtiram isso.

PAHO-WHO No es exactamente como dices Sanchez Carlos. Hay otros factores más importantes que fomentan el comercio ilícito, como la débil gobernabilidad/ falta de compromiso al más alto nivel, la corrupción y la complicidad con los fabricantes de cigarrillos. En consecuencia, los aumentos de impuestos deben introducirse junto con medidas que fortalezcan a la administración tributaria (por ejemplo, la simplificación de la fiscalidad, el monitoreo del mercado de productos del tabaco y el fortalecimiento de las aduanas y de la policía).
4 · 30 de maio às 15:07

Alfonso Leñero de la Torre Hola PAHO-WHO si la propuesta no viene con una política pública completa no tendrían posibilidad de que de resultado, no solo con punición al contrabando, y la recaudación, incluyendo a los productores de la planta de tabaco para que siembren otros cultivos, reforzamiento al consumidor para dejar de fumar, con impuestos directos a los fabricantes para patrocinar programas QUITs, etc... es decir que incluya toda la cadena productiva y de consumo.
2 · 30 de maio às 15:41 · Editado

PAHO-WHO Gracias Alfonso Leñero de la Torre por tu comentario. Es por eso que la OPS/OMS trabaja para que los países implementen íntegramente el Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. Este Convenio internacional jurídicamente vinculante contiene todas las medidas efectivas para el control de la epidemia de tabaquismo. En su Art. 15 contempla el tema del comercio ilícito, para el cual se desarrolló además un protocolo que se aprobó el año pasado y que está abierto a la ratificación de los países. El primer país en ratificarlo ha sido de nuestra Region, Nicaragua.
30 de maio às 20:49

Ver mais 9 comentários

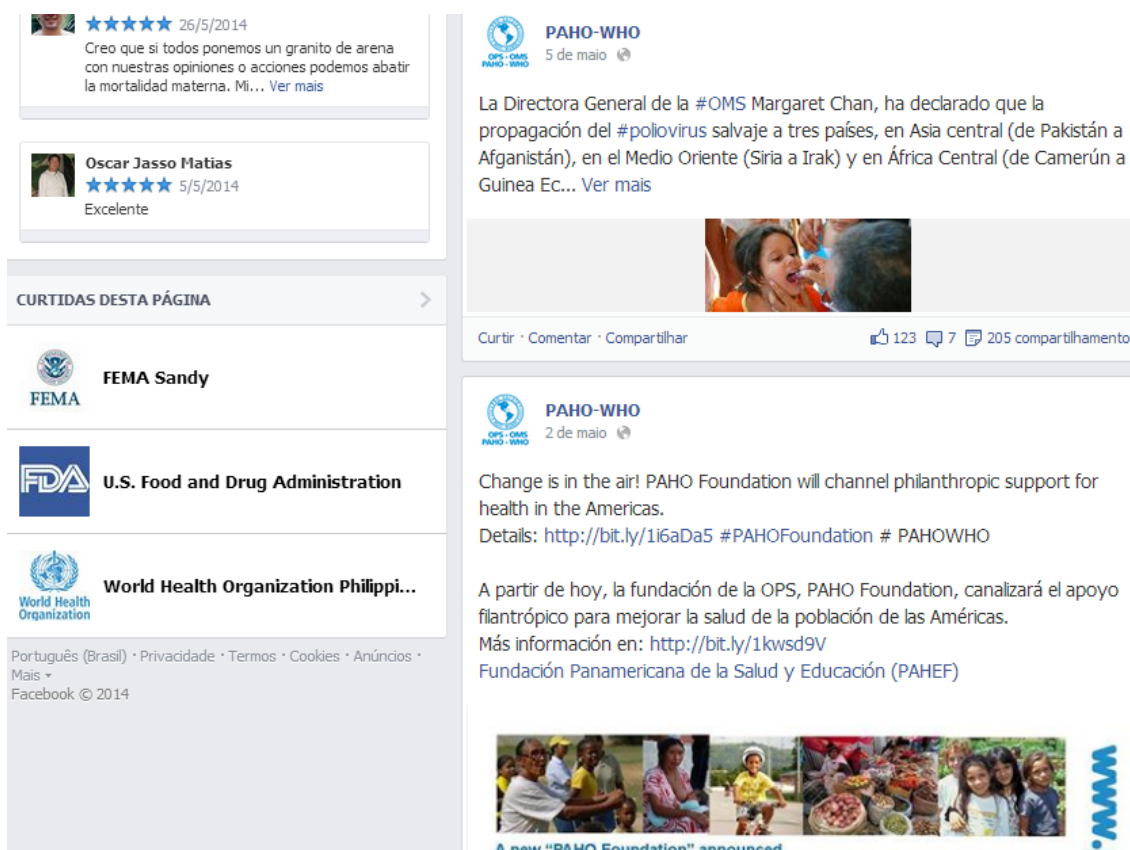
Criar Página

Recente

2014
2013
2012
2011
2010
2009
Fundada em

Fonte: Facebook OPAS (2014)

Figura 5 - Facebook da Organização Pan-Americana da Saúde



Fonte: Facebook OPAS (2014)

Youtube é um site que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital. Foi fundado em fevereiro de 2005 por três pioneiros do PayPal, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, um famoso site da internet ligado a gerenciamento de transferência de fundos (TRIANONS, 2013).

Os vídeos que a OPAS compartilha no youtube é anúncios de serviços públicos e outros vídeos da Organização Pan-Americana da Saúde, como por exemplo, diretores de diversos países da América, discutindo sobre direitos humanos, saúde de seus respectivos países, ou seja, é uma informação compartilhada mundialmente e que todos podem ter acesso (Figura 6), não somente isso a OPAS compartilha vídeos sobre dias internacionais e dentro do canal principal cada representação de país possui seu espaço, com isso a credibilidade passa se tornar um foco da OPAS, pois, seus vídeos são de caráter de utilidade e se inserem em debates emergentes e atuais.

Figura 6- Youtube da Organização Pan-Americana da Saúde

CD52



Dr. Carissa F. Etienne

Videos of Dr. Carissa F. Etienne, Director of PAHO



Malaria Champions of the Americas



Fonte: Youtube OPAS (2014)

Linkedin o site foi fundado em 2002, porém, seu lançamento ocorreu no ano seguinte, em 2003, na Califórnia. O principal objetivo do site é reunir profissionais, através de uma listagem abrangente ou mesmo detalhada de vários contatos, sendo pessoas ou empresas. Desta forma, permitindo a interatividade entre os profissionais (POZZEBON, 2013).

OPAS atualiza sua página do linkedin corriqueiramente dando *links* de retorno as informações postadas e sendo um espaço de acessibilidade a dados e documentos com fontes seguras (Figura 7).

Figura 7 - LinkedIn da Organização Pan-Americana da Saúde

Atualizações recentes

Pan American Health Organization On World No Tobacco Day (31 May), we are calling on countries to raise taxes on tobacco to encourage users to stop and to prevent other people from becoming addicted to tobacco. <http://lnkd.in/dM5gAn5>



PAHO/WHO urges countries to raise tobacco taxes to save lives
paho.org •

9 dias atrás

Pan American Health Organization OPS/OMS recuerda vacunarse contra el sarampión y la rubéola antes de viajar a la Copa Mundial 2014 <http://lnkd.in/bQkmPB4>



OPS/OMS recuerda vacunarse contra el sarampión y la rubéola antes de...

paho.org • La Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) recuerda a quienes viajarán para asistir a la Copa Mundial de Fútbol 2014, que comienza el 12 de junio en Brasil, sobre la necesidad de estar protegidos contra las...

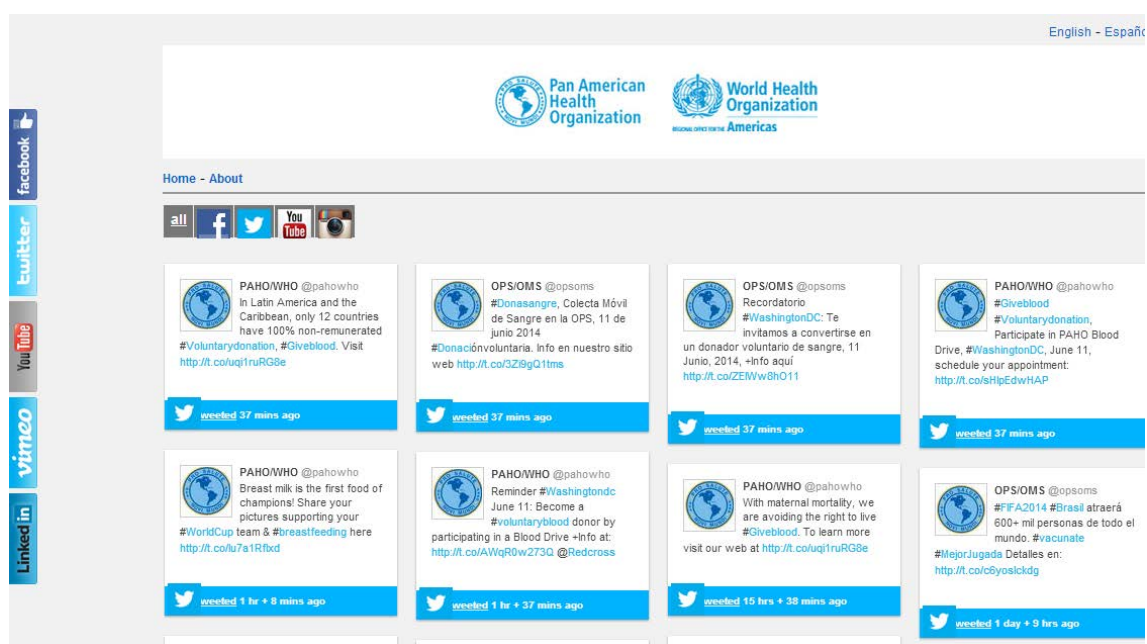
2 horas atrás

Fonte: LinkedIn OPAS (2014)

RSS (Really Simple Syndication) é um padrão baseado na linguagem XML que informa aos leitores as novidades dos sites do seu interesse. É uma forma simples de blogs e sites de notícias divulgarem informações atualizadas sem que o leitor tenha que entrar no endereço do site/blog para ter acesso a essas informações (RTS, 2014).

A PAHO LIVE conforme figura 8 combina a atividade mais recente da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), com os demais sites e redes sociais da OPAS tudo em um ambiente virtual só, isso proporciona ao internauta atualizar-se de um modo geral em uma única página criando assim um espaço de acessibilidade a informação e navegabilidade de forma rápida.

Figura 8 - PAHO LIVE da Organização Pan-Americana da Saúde



Fonte: PAHO LIVE OPAS (2014)

CAPÍTULO V – DISCUSSÃO

As redes sociais que a OPAS utiliza para transmitir seus conteúdos dispõe a sociedade confiança da informação que esta tendo, seus *posts*, são fundamentados em profissionais que realmente detém do conhecimento do que estão falando, além de ser baseado em relatórios e documentos mundiais da saúde. Em todas as suas redes sociais a organização se apresenta, mostra qual seu objetivo com aquela rede social.

Definir os espaços dos quais se quer ter presença demonstra ser o primeiro passo para alcançar espaços eficientes de confiança e colaborativos nas redes sociais. Criar espaços interativos, atrativos e participativos é mais uma maneira de incentivar a comunicação, abrir uma área para contatos permitindo a proximidade com os responsáveis pelos conteúdos publicados e dar devolutivas rápidas e imediatas ao público com dúvidas, questionamentos ou mesmo um simples esclarecimento é mais uma forma de fortalecer a comunicação por meio das redes sociais.

Atualizar regularmente as páginas disponíveis é melhor maneira de dar credibilidade ao ambiente virtual. Ir além da publicação, *post*, mostrou-se ser mais um diferencial da organização, pois, agregando *links*, livros, publicações científicas ela oferece mais um meio de informação seguro, o que fará com que esse indivíduo estabeleça uma rede, um vínculo com essa rede social e seja mais um meio de transmissão e compartilhamento dos conteúdos veiculados da organização aumentando assim o número de visitantes, e novos leitores.

As novas tecnologias permitem ir além das fronteiras de espaço e tempo, favorecendo assim, a velocidade e processamento das informações, interatividade em qualquer parte do mundo, mas essa informação só vai gerar conhecimento se as pessoas souberem utilizá-la e, por meio das redes sociais da OPAS percebe-se a frequência de atualizações em suas páginas, relevância dos assuntos de saúde pública levantados e a importância que a organização apresenta para a participação da sociedade construindo assim um espaço de interação e o fortalecimento de redes.

Com essas características sobre as redes sociais da OPAS analisou-se que essa aproximação que a organização tem com a sociedade permite avaliar melhor o tipo de informação que se precisa produzir e ver qual é o melhor mecanismo de divulgação disponíveis.

Com base na pesquisa levantada desse estudo se compreende que os objetivos da OPAS em criar perfis da instituição por meio das redes sociais estão em consonância com a literatura existente sobre o tema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste estudo inferi-se que a gestão do conhecimento e comunicação aliada às redes sociais representa desafios importantes e um benefício para as Ciências da Saúde em especial para a gestão da saúde. Se bem utilizadas servem como um meio de transferência de informação envolvendo todas as esferas e atores desde organizações, profissionais de saúde e a população em geral que buscam a melhor informação.

Os objetivos deste trabalho deixam clara a intenção de analisar novas formas de aplicação da comunicação, agregada a informação, como meio de sistematizar o discurso e ampliar a disseminação, compartilhamento e transmissão do conhecimento por meio das redes sociais.

O objeto de pesquisa analisado que foi a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), proporcionou compreender que a partir das redes sociais que essa instituição utiliza, serve como um modelo de ambiente de compartilhamento, aprendizado e um espaço importante para o processo de comunicação e interação humana, salientando que o propósito dessa organização é estar onde as pessoas estão.

A implantação da gestão do conhecimento baseado na comunicação não exige uma revolução gerencial, trata-se muito mais de um avanço gerencial, que incorpora os conceitos e as práticas da gestão do conhecimento no modelo organizacional já existente.

O processo de comunicação deve suceder com a concordância de todas as partes envolvidas desse processo, tendo como resultado o produto da interação de diferentes universos de conhecimento, a fim de interagir e integrar a informação ampliando assim o conhecimento.

Esse trabalho proporciona a compreensão de que as pessoas e as organizações necessitam das informações e, conseqüentemente, do conhecimento que estas informações podem propiciar. Se por um lado a tecnologia e as redes sociais possibilitam um espaço de comunicação por outro lado incentiva a difusão do conhecimento e o acesso a informação de uma forma direta.

Para futuros estudos a respeito deste tema, sugere-se o desenvolvimento de pesquisas com maior número de instituições, a fim de se compreender, em maior amplitude, a influência e importância do ambiente tecnológico na saúde pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTIN, A. L. Aumentando as chances de sucesso no desenvolvimento e implementação de sistemas de informações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.36, n.3, p.61-69, 1996.

ALEXANDER, B. WEB 2.0: a new wave of innovations for teaching and learning? *Educausereview*, v 41. n 2, p 32-44, 2006.

ANGELONI, M. T. **Comunicação nas organizações da era do conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2010.

BENETT, G. **Intranets: como implantar com sucesso na sua empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

BOTTENTUIT, J. B; COUTINHO, C.A Educação a Distância para a Formação ao Longo da Vida na Sociedade do Conhecimento. In; Barca, A.; Peralbo,M.; Porto, A.; Silva, B.D. & Almeida L. (Eds.), Actas do IX Congresso Internacional Galego Português de Psicopedagogia. Setembro, Universidade da Coruña. A Coruña, p. 613-623, 2007. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7056>>. Acesso em: 5 de abril. 2014.

BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

CARDOSO, O. O. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **Revista de Administração Pública**, v. 40, n. 6, p. 1123-44, nov./dez. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n6/10.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2013.

CASTELLS, M. A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. In: CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. Internet e Sociedade em Rede. In Moraes, D. (org.), **Por uma Outra Comunicação: Mídia, Mundialização Cultural e Poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003b, pp. 255-288.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet**. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CASTRO, J. Como funciona o Facebook? **Revista Nova escola**. 2011. Disponível em: <<http://revistaescola.abril.com.br/formacao/formacao-continuada/como-funciona-facebook-624752.shtml>> Acesso em: 21 abr, 2014.

CHINEM, R. **Comunicação Empresarial: Teoria e o dia-a-dia das Assessorias de Comunicação**. Vinhedo: Horizonte, 2006.

CHOO, W. C. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. Tradução de Eliana Rocha. São Paulo: Senac, 2003.

GIANNASI, M. J. **O profissional da informação diante dos desafios da sociedade atual**. Brasília, 1999. Tese (Doutorado) - Universidade de Brasília, Brasília.

JENCKS, C. **What is Post-Modernism?** 3ª ed., Londres: Academy Editions, 1989.

LE MOS, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002a.

LE COADIC, Y. **A ciência da informação**. 2 ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MADUREIRA, R. **O que é linkedin, twitter, facebook, youtube?**. 2014. Disponível em: <http://www.ronnimadeira.com.br/index.php/forum/redes-sociais/150-o-que-e-linkedin-twitter-facebook-youtube?start=12>. 2014. Acesso em: 21 abr, 2014.

MORAES, D (Org). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo. Companhia das Letras.s 1995.

NUNES, N.S.E. O valor da saúde: história da Organização Pan-Americana da Saúde. **Revista Brasileira de História**. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz. vol. 28, nº 56 , 241p. 2007.

OLIVEIRA, J. R. M. **Modos empregados por uma empresa de produtos injetados plásticos para gerenciar o seu conhecimento disponível**: o caso da Multibrás da Amazônia S.A.Dissertação [Mestrado em Administração] – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina

OLIVEIRA, M.; BERTUCCI, M. E. G. S. A pequena e media empresa e a gestão da informação. **Informação & Sociedade**: Estudos, João Pessoa, 2004.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE. **Opas/Brasil**. 2013. Disponível em:<http://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=885&Itemid=672> Acesso 08 de nov de 2013.

_____. **Organização Pan-Americana da Saúde – Representação Brasil**. Brasília, 2011.

PEREIRA, K. C.; CAMPOS, R.; PALMERSTON, V. B. **Intranet: as tendências na comunicação interna de organizações públicas mineiras**.2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1125-1.pdf>>. Acesso em 14 nov, 2013.

POZZEBON, R. O que é o LinkedIn?.2013. Disponível em <<http://www.oficinadanet.com.br/artigo/internet/o-que-e-o-linkedin>> Acesso em: 21 abr, 2014.

PRIMO, A. F. T.. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. E- Compós (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

RAMALHO, J. A. **Mídias Sociais na prática**. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Sulina. Porto Alegre, 2010.

REDE DE TECNOLOGIA SOCIAL. **O que é RSS?**. 2014. Disponível em: <<http://www.rts.org.br/o-que-e-rss/>>. Acesso em: 21 abr, 2014.

RODRIGUES, S. B. A Informática na organização e no trabalho. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.3, n. 29, p.43-50, jul/set, 1988.

SANCHEZ, L. H. A. **A comunicação organizacional interna e o ambiente virtual: novas tendências**. Dissertação de mestrado Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

SANTOS, M. V. (2004). **Redes sociais informais e compartilhamento de significados sobre mudança organizacional**: estudo numa empresa petroquímica. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA.

SCROFERNEKER, C. M. A. **Comunicação Organizacional e as novas tecnologias**: as ‘Ouvidorias’ virtuais. In: INTERCOM 2006, 29, 2006, Brasília, DF. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação [recurso eletrônico]. São Paulo: Intercom, 2006.

SILVA, A. L.; FISCHMANN, A. A. (2002). **A adoção de tecnologia de informação em canais de distribuição**. Revista de Administração. São Paulo, v.37, n.2, p.6-16, abr./jun.

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A. D. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

TERRA, J. C. C.Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial.5. ed.**Revista atual**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

TOMAEEL, M. I; ALCARA, A. R; e DICHARA, I. G. **Das redes sociais à inovação**. Ciência da Informação, maio/ago. 2005, vol.34, n. 2, p.93-104.

TRIANONS. **Youtube, Instagram, Vimeo, Vine e Hangout. Quem faz e o que faz?.** 2013. Disponível em:<<http://www.trianons.com.br/youtube-instagram-hangouts-vimeo-vine-videostreaming-livestream-videos/>> Acesso em:21 abr, 2014.

WOLTON, D. **Internet, e depois?:** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.